

MANUAL DE BOAS PRÁCTICAS

INDICE DE CONTIDOS



INTRODUCIÓN

A presente publicación forma parte do proxecto de investigación **Un Mar en Común, a afouteza da xente do mar**, e pretende aportar un conxunto de boas prácticas ou procedementos que melloren a relación dos Grupos de Acción Local do Sector Pesqueiro (en diante, GALP) coa súa base social. Ten a finalidade de ser un novo recurso a disposición de asociados e técnicos dos GALP, promotores deste traballo.

Lembramos que os GALP son asociacións sen ánimo de lucro, constituídas ao abeiro da Lei orgánica 1/2002, do 22 de marzo, reguladora do dereito de asociación e da normativa de aplicación do Estado e da Comunidade Autónoma. Están compostos por entidades que representan os intereses socioeconómicos locais, públicos e privados, dentro da sua zona de actuación, e:

- Permiten a integración de todas as entidades asociativas e de representación de intereses colectivos, fundacións e outras entidades sen ánimo de lucro, así como administracións locais e entidades públicas dependentes destas, dentro do ámbito territorial correspondente, non permitindo en ningún caso a participación de persoas físicas ou xurídicas con ánimo de lucro.

- As entidades que forman parte dos GALP representan aos seguintes sectores:

- Sector pesqueiro
- Sector social
- Sector económico
- Sector público



- Elaboran para cada zona costeira, que abrangue o seu ámbito territorial, unha estratexia de desenvolvemento local participativo (EDLP) acolléndose aos fondos europeos destinados á pesca e á acuicultura e, logo da súa aprobación, xestionan o programa de axudas para as iniciativas dinamizadoras do territorio.

Este manual recolle, polo tanto, aspectos básicos da xestión de asociados, estratexias para fomentar a súa incorporación ao GALP e fidelización a través do desenvolvemento de accións de promoción e atención ás súas dúbidas e suxestións, prestando especial atención á relación entre os GALP e o tecido asociativo.

- Identificación e selección de asociados
- Fidelización de asociados
- Atención ao asociado
- Xestión das reclamacións dos asociados
- Xestión do plan de comunicación, difusión e información



METODOLOXÍA

Para a elaboración deste manual de boas prácticas, empregáronse os datos obtidos da investigación "Un Mar en Común, a afouteza da xente do mar". Dita investigación recolle os puntos fortes e febles do sector marítimo e permite facer unha diagnose da situación na que se atopa, dando pe a poñer en marcha un conxunto de accións para dar maior pulo á colaboración e cooperación entre os axentes implicados.

A través das entrevistas realizadas a asociados e entidades, afondouse na súa relación cos GALP, para dar, dende ese coñecemento, resposta a preguntas, temas concretos e específicos que resultan de interese común e permiten aportar solucións e melloras.

Recolléronse, polo tanto, opinións, suxestións, recomendacións e experiencias, aportadas polos propios interesados, que xunto con publicacións especializadas, deron como resultado unha serie de boas prácticas axeitadas para replicar nos GALP.

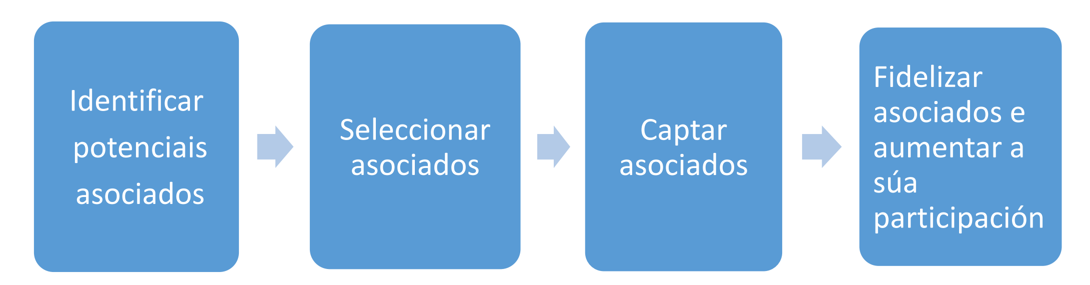
Dende o punto de vista metodolóxico, empregáronse:

- Fontes de información primaria: achegas, opinións, consellos e suxestións realizadas polos propios asociados
- Fontes secundarias: publicacións externas de axentes especializados



O GALP E OS SEUS ASOCIADOS

O GALP realiza diferentes accións en relación coa súa base social, sendo unha delas a procura de novos asociados. O proceso de captación de asociados pasa por diferentes etapas, e será preciso adaptalo ás características e particularidades de cada GALP, polo que se deberá ir artellando a partires dun modelo xenérico, como o proposto, dividido en 4 etapas.



En cada unha delas, poden definirse diferentes accións como boas prácticas e/ou experiencias positivas que foron probadas e replicadas noutros contextos, e que por conseguinte, poden ser propostas como modelo. Tamén, ao analizar as actuais relacións entre o GALP e os seus asociados, incorpóranse una serie de boas prácticas a implantar ou conservar.

Etapa 1. Identificar os potenciais asociados.

A través da prospección, deben buscarse novos asociados que teñan conexión coa actividade do GALP no seu ámbito de actuación.

Para iso, é necesario analizar a que outros tipos de asociados podería dirixirse, sendo fundamental contar coa colaboración dos asociados actuais para esta labor, ao seren eles os mellores coñecedores doutras entidades do seu sector que poderían estar interesadas ou encaixar cos obxectivos do GALP:

- Sector público:

  - Concellos
  - Universidades

- Sector pesqueiro:

  - Confrarías
  - Asociacións do sector pesqueiro
  - Asociacións do sector acuícola
  - Organizacións de Produtores Pesqueiros (OPPs)
  - Fundacións



- Sector económico:

  - Sindicatos
  - Asociacións de empresarios
  - Asociacións de xoves empresarios
  - Asociacións de mulleres emprendedoras
  - Asociacións sectoriais (praceiras, conxeladores,...) ou dun parque empresarial

- Sector social:

  - Asociacións medioambientais
  - Asociacións de mulleres
  - Asociacións xuvenís
  - Asociacións deportivas e Clubes náuticos
  - Asociacións de inclusión
  - Asociacións culturais

Etapa 2. Seleccionar asociados.

Unha vez identificados os potenciais asociados, procedemos á súa análise e a determinar se realmente son susceptibles de formar parte do GALP, a partires da información recabada.

Para isto, tanto o Rexistro de Asociacións de Galicia coma os rexistros muncipais serán de grande interese.



- Traballar co *Rexistro de Asociacións*[1] facilitado pola Xunta de Galicia, onde se pode atopar información actualizada e fiable das distintas asociacións dunha zona concreta.

Será preciso decidir como achegarse aos potenciais asociados e determinar a estratexia de comunicación máis axeitada en cada caso.



[1] *Rexistro de asociación de Galicia: http://www.xunta.es/rexistros/RexistroRAS.htm*

Etapa 3. Captar Asociados.

Cómpre establecer a través de que medios hai que dirixirse aos segmentos que se identificaron e ter presentes cales son os nosos obxectivos como entidade. Dende aí, tentarase a convesión dos potencias asociados en asociados.

É importante nesta fase transmitir, de xeito claro e conciso, cales son os dereitos e as obrigas que se adquiren como entidade socia, así como as vantaxes de formar parte do GALP, sen deixar de omitir as desvantaxes ou posibles inconvintes que tamén poden existir, pero incidindo nos aspectos positivos.

- Realizar reunións informativas de convocatorias de proxectos específicas para entidades asociativas.
- Convidar aos potencias asociados a aquelas actividades de dinamización que leve a cabo o GALP: reunións informativas, visitas a puntos de interese, xornadas divulgativas, formacións específicas,...





- É importante facer tanto difusión das actividades que se realizan, como seguemento dos resultados e obxectivos alcanzados (retorno), xa que esto último é un indicador fiable do interese que espertan as actividades propostas nos novos asociados aos que se pretende chegar.

- Para decidir cales son as técnicas (difusión de novas de interese para o sector, información especifica, servizos persoalizados para as entidades) que resultarán máis efectivas para conseguir atraer aos asociados é importante entender a actividade que eles realizan, analizar o que precisan e ver que se lles pode ofrecer. En calquera caso, é preciso adaptar o estilo comunicativo ao público obxectivo, tendo moi presente as diferentes sensibilidades.





- Incluir os coworking próximos á zona de actuacións do GALP de referencia como destinatarios de información relevante, posto que ainda que pola súa personalidade xurídica non poder ser asociados, sí contan con empresas emerxentes, cun grao alto de innovación, susceptibles de constituir asociacións que nun futuro poidan pertencer aos GALP.[2]

- Establecer unha rede de networking na zona de referencia: accedendo e participando en redes especializadas, as entidades poden establecer sinerxias, compartir ideas e mesmo establecer relacións para desenvolver futuros proxectos conxuntos con outras entidades.

Como resultado do proceso de captación, debe conseguirse unha representación o máis equilibrada posible dos diferentes sectores e subsectores que integran os GALP, co fin de que todos teñan visibilidade e se sintan incluidos.

Etapa 4. Fidelizar asociados e aumentar a súa participación.

Enténdese como unha acción dirixida a conseguir que os asociados manteñan relaciones estables e continuadas co GALP ao longo do tempo, o que redundará no aumento da súa participación e implicación en todas as accións que desenvolva o GALP.

Para garantir este contacto cos asociados xa existentes, debe tentarse, na medida do posible, coñecer e incluso adiantarse ás súas necesidades. Para isto cómpre unha comunicación directa, mediante unha chamada de teléfono ou mensaxería instantánea personalizada - grupos de difusión, por exemplo, para comunicar a celebracióin dun evento - e mediante a organización de reunións sectoriais periódicas.

- Nesta etapa a comunicación é a ferramente fundamental. A planificación das actividades de comunicación debe levar aparellada a identificación dos obxectivos, a natureza, funcionalidade e potencial viralidade de cada ferramenta de comunicación: establecer os tipos de usuarios en cada medio, o tipo e características das mensaxes que se envían e o retorno que proporcionan.

[2] *Coworking en Galicia: https://www.paxinasgalegas.es/centro-de-negocios-coworking-galicia-2029ep.html*



- Ter en conta que soportes valoran os asociados para transmitir a información (se prefiren un correo electrónico, un recordatorio a través de aplicacións de mensaxería ou ben cartaces, anuncios de prensa, folletos, etc.) e comunicarnos con eles, fundamentalmente por esa vía.

- Comunicar formalmente calquera acción formativa, de difusión, reunións entre asociados e outros axentes,... con alomenos dúas semanas de antelación, para contribuír a unha mellor organización propia e do resto de implicados en ditas accións.



- Avaliar e replanificar os sistemas de comunicación cos asociados, validando a súa utilidade.

- Conversar de forma activa cos interlocutores a través de redes sociais ou aplicacións de mensaxería, xa que permite unha comunicacción directa e activa coas persoas que forman parte da comunidade, principalmente cos asociados. Isto permite, á súa vez, identificar as súas necesidades, publicitar o noso traballo, coñecer o grao de satisfacción, establecer melloras e realizar propostas concretas.



- Para aumentar a participación e implicación, compre xerar e facilitar espazos de intercambio e desenvolvemento de ideas entre os asociados do GALP, a través de accións formativas ou doutros formatos que permitan un acompañamento e asesoramento para a elaboración de propostas e proxectos que poidan ser subvencionables.

Estes espazos de intercambio poden ser extrapolables a outros actores do territorio, sen ser exclusivamente asociados do GALP, e que poden ser promotores de proxectos subvencionados polo GALP.

- Facer un encontro anual de asociados e non asociados do GALP para dar a coñecer o desenvolvido no período, identificar as necesidades do territorio e idear solucións conxuntas, replicables e escalables.



- A través dunha rede activa de asociados, potenciar e promover as colaboracións interterritoriais, fomentando o traballo conxunto e a búsqueda de solucións a problemas comúns.

- Dentro da estratexia do GALP para fomentar a participación, é preciso facer un esforzo por atraer aos mozos e mozas do territorio, emprendedores e que supoñen o relevo xeneracional preciso principalmente no sector pesqueiro, conectando o GALP cos centros de emprendemento, os espazos de traballo colectivo e as redes de economía social e cooperación de Galicia.



XESTIONAR AS INCIDENCIAS OU SUXERENCIAS

É importante contar cunha canle online e física (correo electronico específico, apartado na web ou buzón nas propias instalacións) para que os asociados realicen comentarios ou suxestións que axuden a obter información valiosa sobre que aspectos do funcionamento se poden mellorar, así como preferencias ou aportacións dos nosos membros.

Estas canles deben darse a coñecer nas actividades que realice o GALP, para as que se recomenda:



- Agradecer e alentar a que se faga chegar calquera queixa ou suxestión de mellora, pois isto contribuirá ao seu coñecemento e redundará na revisión e/ou resolución da incidencia ou aportación.

- Todo o persoal do GALP debe coñecer a queixa ou suxestión formulada e a resposta adoptada.

- Logo da cada xornada, acción formativa ou de difusión, é recomendable que os participantes, sexan asociados ou non, cubran unha breve enquisa de avaliación para coñecer o seu grao de satisfacción coa mesma, o que permitirá implantar melloras e reducir aspectos negativos. Esta enquisa pode ser facilitada en formato papel, se se trata dunha acción presencial, para cubrir no mesmo momento, ou ben a través de medios electrónicos, mediante formularios online, que facilitan e axilizan o tratamento dos datos.





ESTRATEXIAS COMUNICATIVAS DOS GALP

A estratexia comunicativa global que se leva a cabo dende os GALP ten como destinatarios á cidadanía xeral e aos promotores de proxectos, ademáis dos asociados.

A imaxe corporativa

- Ter unha imaxe corporativa recoñecible, fiable e actualizada, tanto de xeito dixital, como físico. Os datos de contacto e localización deben estar sempre visibles para facilitar a comunicación cos asociados e/ou entidades interesadas nos servizos do GALP.



- É crucial asegurarse de que todo o que ve o asociado está en consonancia coa imaxe que se desexa proxectar do GALP. Dende a accesibilidade do local, ata a profesionalidade do persoal, pasando polo deseño corporativo de calquera documento ou publicación que se entregue por parte do GALP, todo contribue a unha mellora da imaxe e percepción dos Grupos.

- Mostrar unha clara orientación ao asociado. Tanto a presidencia coma o persoal do GALP deben estar dispoñibles para responder ás posibles dúbidas e problemas que teñan os asociados, garantíndo unha comunicación efectiva e asegurándose sempre de que a súa consulta foi resolta.

- Facilitar os procesos: Tratar de observar o noso GALP desde o punto de vista dos asociados para identificar as principais dificultades que teñen á hora de relacionarse co GALP e, deste xeito, poder mellorar a nosa atención.



A orientación cara os proxectos

Debe facerse especial fincapé na realización de actividades orientadas ao deseño, preparación e presentación de proxectos, nas que se realice unha descrición clara dos requirimentos administrativos e técnicos para a elaboración de propostas subvencionables, facilitando a comprensión dun proceso que, en moitas ocasións, se valora como moi confuso. É recomendable que se inclúan imaxes e vídeos explicativos que faciliten a súa comprensión.

A comunicación dixital

Debe potenciarse a comunicación por medios dixitáis, tanto a interna como a externa, a fin de reducir custos e contribuir ao aproveitamento de recursos, e neste sentido convén revisar os seguintes consellos:

- Contar cunha web que, ademais dun deseño profesional, sexa intuitiva e teña bo grao de usabilidade, aumentará a visibilidade dos GALP na rede. A maior tempo de permanencia na web, maior probabilidade de afondar no coñecemento do papel do GALP na sociedade e das posibilidades que ofrece. Podería resultar convinte ter un apartado específico para os asociados, no que poidan informarse das accións específicamente dirixidas a eles.

- Empregar as redes sociáis para difundir ou divulgar as novidades de interese, co fin de que sirvan como fonte fiable de información e comunicación.

- Na medida do posible, procurarase traballar con profesionais da comunicación para a xestión da comunicación dixital (redes sociais, páxina web e boletín de noticias), mais cómpre tamén formar e actualizar ao persoal



dos GALP para que poidan ter un control e manexo das redes sociais de xeito efectivo e eficaz, coñecendo as novidades e posibilidades que oferta cada unha delas.

- Tamén é parte da tarefa do GALP contribuir á dixitalización da sociedade, e será de gran interese que facilite aos seu asociados a posibilidade de iniciarse ou mellorar nas súas competencias dixitáis e tecnolóxicas.



Datos de contacto dos GALP:

GALP A Mariña-Ortegal

Calle Praia 1, 2ª planta (edificio de la cofradía de pescadores). Celeiro

27863 LUGO

Teléfonos: 982 563 355 / 606 56 85 06

Correo electrónico: galp.mar.marinaortegal@xunta.gal

GALP Golfo Ártabro Norte

Rúa do Curro 33. Miño

15630 A CORUÑA

Teléfono: 699 106 156

Correo electrónico: galp.mar.golfoartabronorte@xunta.gal

GALP Golfo Ártabro Sur

Avenida do Porto 21, Bajo (Casa del Mar). Sada

15160 A CORUÑA

Teléfonos: 881 896 417 /- 617 867 820

Correo electrónico: galp.mar.golfoartabrosur@xunta.gal

GALP Ría de Pontevedra

Edificio de Servicios Portuarios. Porto Pesqueiro Norte s/n. Puerto de Marín (Pontevedra).

36900 PONTEVEDRA

Teléfonos: 886 21 3 0 15/ 698 180 887

Correo electrónico: galp.mar.riadepontevedra@xunta.gal